

GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU TRÁI DỪA SANG THỊ TRƯỜNG CHÂU ÂU

● NHAN CẨM TRÍ

TÓM TẮT:

Mục tiêu của bài viết là phân tích tình hình tiêu thụ trái dưa của thị trường châu Âu, những tiêu chuẩn xuất khẩu trái dưa sang thị trường châu Âu. Từ đó đưa ra kiến nghị và giải pháp nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu trái dưa Việt Nam sang thị trường châu Âu khi Hiệp định EVFTA được ký kết. Kết quả nghiên cứu cho thấy, châu Âu là một thị trường đầy tiềm năng cho các nước có thể mạnh về sản phẩm trái dưa. Các quốc gia đang xuất khẩu nhiều nhất đến thị trường châu Âu là Bồ Đào Nha và Thái Lan. Việt Nam đang trở thành điểm sáng trong thị trường nhập khẩu trái dưa của châu Âu trong vài năm gần đây. Từ đó, tác giả đã đề xuất những giải pháp để nâng cao hiệu quả xuất khẩu trái dưa cho Việt Nam.

Từ khóa: trái dưa, hiệp định EVFTA, xuất nhập khẩu, thị trường châu Âu.

1. Đặt vấn đề

Xuất khẩu trái cây đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của Việt Nam. Việt Nam nằm trong danh sách các quốc gia có điều kiện thổ nhưỡng và khí hậu thuận lợi cho sản xuất nhiều loại trái cây. Điều này mang lại những điểm mạnh của xuất khẩu trái cây Việt Nam đó là sự độc đáo và chất lượng cao của sản phẩm (Da và cộng sự, 2022). Các sản phẩm như thanh long, măng cụt, sầu riêng, mít và dưa đã chiếm được lòng tin của thị trường quốc tế, góp phần tăng cường uy tín của đất nước trong lĩnh vực nông nghiệp và thực phẩm.

Xuất khẩu trái cây không chỉ mang lại nguồn thu nhập lớn cho nông dân và doanh nghiệp, mà còn đóng góp vào cải thiện mức sống của cộng đồng nông thôn (Da và cộng sự, 2022). Việc này

giúp giảm hộ nghèo, tạo ra việc làm và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân ở các vùng sản xuất trái cây. Ngoài ra, xuất khẩu trái cây còn đóng vai trò quan trọng trong việc cân bằng thương mại và tạo ra dòng tiền ngoại tệ cho quốc gia.

Trong những năm qua, trái cây Việt Nam đã xuất khẩu được sang khoảng 60 quốc gia. Việt Nam trên thực tế đã trở thành một nhà cung cấp mới cho thị trường châu Âu. Khi hiệp định EVFTA được ký kết, cơ hội xuất khẩu trái cây của Việt Nam vào thị trường châu Âu ngày càng được mở rộng. Ở thị trường châu Âu, dưa đã trở thành một thành phần dinh dưỡng trong cuộc sống và sức khỏe con người, thúc đẩy sự đa dạng của các sản phẩm dưa có sẵn, bao gồm cả dưa tươi. Việt Nam có lợi thế về điều kiện canh tác, sản xuất, trình độ ứng dụng các tiến

bộ kỹ thuật nên sản phẩm dừa của Bến Tre có thừa khả năng để tham gia các thị trường lớn, khó tính nhưng đầy tiềm năng (Dinh và cộng sự, 2019).

Từ đó cho thấy nếu các doanh nghiệp xuất nhập khẩu dừa tại Việt Nam có thể tận dụng được những cơ hội của Hiệp định EVFTA để thúc đẩy việc xuất khẩu dừa thì không những mang lại lợi ích về kinh tế cho doanh nghiệp, mà còn mang lại những giá trị xã hội to lớn cho quốc gia. Bài viết này được thực hiện nhằm phân tích tình hình tiêu thụ trái dừa của thị trường châu Âu, những tiêu chuẩn xuất khẩu trái dừa sang thị trường châu Âu. Từ đó đưa ra kiến nghị và giải pháp nhằm nâng cao giá trị xuất khẩu trái dừa Việt Nam sang thị trường châu Âu khi hiệp định EVFTA được ký kết.

2. Tổng quan về thị trường trái dừa châu Âu

2.1. Tình hình tiêu thụ trái dừa tươi ở châu Âu

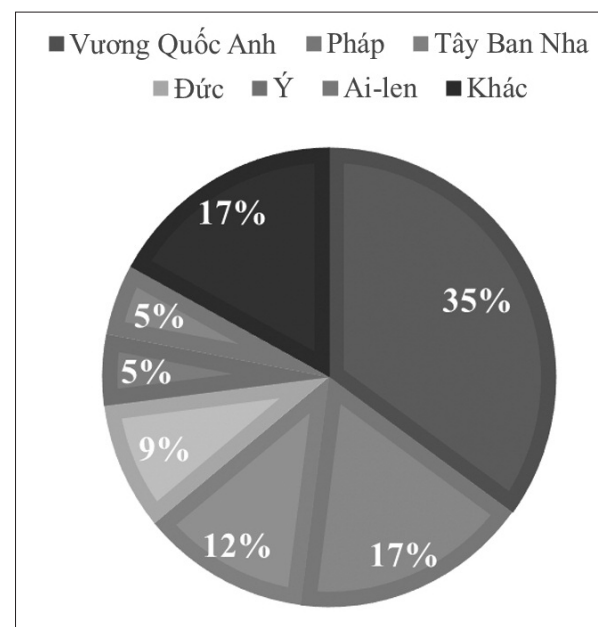
Thị trường tiêu thụ trái dừa tươi ở châu Âu còn rất hạn hẹp so với châu Á và Nam Mỹ. Tuy nhiên, trong thời gian này, thị trường châu Âu đang có đà tăng trưởng rất nhanh với những người tiêu dùng có ý thức về sức khỏe. Dừa tươi uống nước đang trở nên nổi tiếng như là sản phẩm để bù nước và cũng là nguyên liệu có chứa ít calo. Các công ty giải khát hàng đầu châu Âu đang thúc đẩy nhu cầu bằng cách tạo ra các sản phẩm sáng tạo dựa trên nước dừa. (Hình 1)

Lượng nước dừa tiêu thụ toàn cầu hiện nay ước tính hơn 600 triệu lít/năm. Mức tiêu thụ của châu Âu được ước tính khoảng 10% doanh số bán hàng trên thế giới (Zainol và cộng sự, 2023). Điều này có nghĩa, người tiêu dùng châu Âu và ngành công nghiệp đồ uống hiện đang sử dụng khoảng 60 - 70 triệu lít mỗi năm. Vương Quốc Anh là thị trường tiêu thụ nước dừa chính của châu Âu. Ngoài ra, còn có các nước tiêu thụ đồ uống lớn khác bao gồm Pháp, Tây Ban Nha, Đức và Ý (Hình 1).

2.2. Tình hình cung cấp dừa

Hiện tại nhiều nước đang tham gia vào kênh xuất khẩu sản phẩm dừa sang các nước châu Âu (Zainol và cộng sự, 2023). Các nhà xuất khẩu của Bờ Biển Ngà gần như thống trị thị trường châu Âu với sản phẩm dừa trưởng thành. Các nhà xuất khẩu

Hình 1: Lượng tiêu thụ trái dừa tại châu Âu



Nguồn: Zainol và cộng sự, 2023

dừa tươi ở châu Á chủ yếu tập trung vào dừa non, trong đó Thái Lan là nước xuất khẩu chính cho thị trường châu Âu (Hình 2).

Bờ Biển Ngà là nhà cung cấp dừa lớn nhất của châu Âu, hầu như chỉ có dừa chín màu nâu ở vỏ bên trong. Thành công của dừa Bờ Biển Ngà có liên quan đến các đồn điền công nghiệp lớn được thành lập trong quá khứ và nguồn cung cạnh tranh về giá. Giá cả và khoảng cách là ưu điểm chính để người mua châu Âu tiếp tục tìm nguồn cung cấp dừa trưởng thành ở Bờ Biển Ngà, điều này khiến các nước khác kém hấp dẫn hơn khi cạnh tranh trên thị trường châu Âu.

Thái Lan là xuất xứ dừa non ưa thích của người mua châu Âu, đặc biệt là loại dừa thơm Nam Hom. Dừa Thái thường được coi là cao cấp hơn các loại dừa khác ở châu Á (THEN, 2018). Thực tế Việt Nam đã trở thành một nhà cung cấp mới cho thị trường châu Âu. Việt Nam đã được chứng minh là có khả năng cạnh tranh thương mại và các nhà xuất khẩu đang cải thiện tiêu chuẩn của họ để được chấp nhận tốt hơn ở châu Âu. Hiện tại, Hà Lan và Tây Ban Nha là các điểm đến chính của châu Âu cho dừa tươi Việt Nam.

Bảng 1. Tiềm năng tiêu thụ trái dừa tại châu Âu

STT	Quốc gia	Tiềm năng tiêu thụ
1	Anh	Vương quốc Anh là nước nhập khẩu và tiêu thụ nước dừa lớn nhất ở châu Âu. Tiêu thụ nước dừa ở Vương quốc Anh đã tăng đáng kể cho đến năm 2016, khi đạt mức cao nhất hơn 25 triệu lít. Sau giai đoạn này, lượng tiêu thụ biến động và duy trì ở mức tương tự cho đến năm 2022. Nguyên nhân chính khiến thị trường đình trệ do sự cạnh tranh mạnh mẽ của các loại nước giải khát và sinh tố. Tuy nhiên, dự kiến sức tiêu thụ sẽ tăng trong những năm tới.
2	Pháp	Lượng tiêu thụ nước dừa ở Pháp đang tăng lên đáng kể. Mức tiêu thụ hiện tại ước tính vào khoảng 12 - 14 triệu lít/năm. Trong dài hạn, mức tiêu thụ có thể sẽ đạt mức tương tự như ở Vương quốc Anh. Sự quan tâm cao đối với nước dừa ở Pháp được thúc đẩy bởi sự phổ biến của các thành phần sức khỏe và còn bởi những nỗ lực quảng bá của thương hiệu hàng đầu.
3	Tây Ban Nha	Năm 2022, lượng tiêu thụ dừa của Tây Ban Nha ước tính khoảng 7 - 8 triệu lít. Công ty World's Coconut Trading của Tây Ban Nha đã giới thiệu loại dừa nắp khoen để mở tên là Genuine Coconuts và giành được giải thưởng sáng tạo tại Fruit Logistica năm 2016.
4	Đức	Đức là quốc gia đầu tiên giới thiệu nước dừa trên thị trường, sớm nhất là vào năm 2002. Thị trường này không phát triển nhanh như ở Anh. Tuy nhiên, hiện nay tốc độ tiêu thụ đang tăng lên và nhiều khả năng Đức sẽ đứng thứ 3 là quốc gia tiêu thụ nước dừa nhiều nhất ở châu Âu trong 3 - 5 năm tới. Lượng nước dừa tiêu thụ hàng năm ở Đức ước tính vào khoảng 6 - 8 triệu lít. Đức là một thị trường đặc biệt hấp dẫn đối với nước dừa hữu cơ, vì nước này là thị trường thực phẩm hữu cơ lớn nhất châu Âu.
5	Ý	Dừa là một loại trái cây mùa hè phổ biến và thường xuyên được bán cho khách du lịch trên bãi biển nên có rất nhiều sự cạnh tranh trên thị trường, bao gồm cả việc phát triển sản phẩm mới và sự hiện diện của nhiều thương hiệu trong và ngoài nước. Nếu nhà xuất khẩu cung cấp được nước dừa đạt được chứng nhận hữu cơ cho nước Ý, sẽ tạo cơ hội cho các nhà cung cấp mới nổi, vì một lượng đáng kể nước dừa ở Ý được bán dưới dạng hữu cơ.
6	Hà Lan	Hà Lan không phải là một trong những nước tiêu thụ nước dừa lớn nhất của châu Âu, nhưng nhờ vào cảng Rotterdam, nước này nhập khẩu và buôn bán với số lượng lớn. Đây là mạng lưới kết nối thương mại được thiết lập trên khắp châu Âu, Hà Lan có thể tạo cơ hội cho các nhà cung cấp mới nổi. Hiện tại, Philippines và Indonesia là những nhà cung cấp trái dừa lớn nhất cho Hà Lan. Khoảng một nửa lượng nước dừa nhập khẩu được tái xuất, còn lại khoảng 2 - 3 triệu lít cho tiêu dùng trong nước.

Nguồn: Tổng hợp từ các nghiên cứu trước

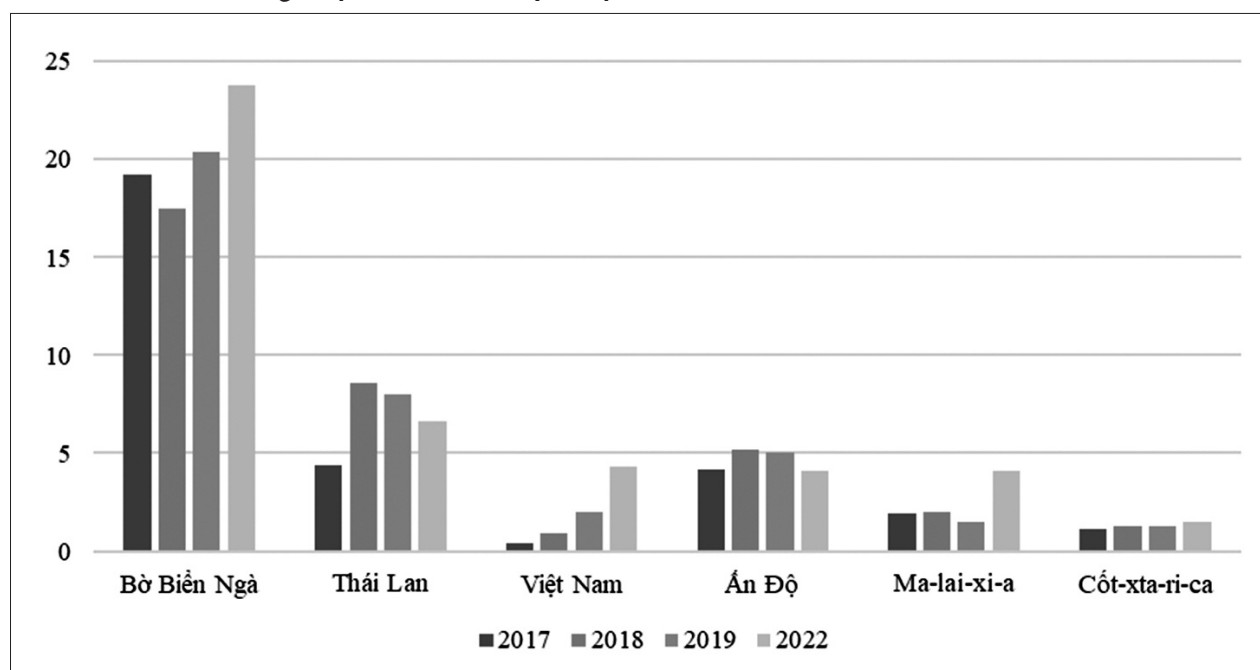
3. Những yêu cầu về tiêu chuẩn nhập khẩu
dừa tươi tại thị trường châu Âu

Thị trường trái dừa châu Âu đặt ra một số tiêu chuẩn cho việc nhập khẩu dừa. Sau đây là một số tiêu chuẩn chính (Boukid và cộng sự, 2021):

3.1. Dư lượng thuốc trừ sâu và chất gây ô nhiễm

Dư lượng thuốc trừ sâu là một trong những vấn đề quan trọng đối với các nhà cung cấp rau quả. Để tránh các rủi ro về sức khỏe và môi trường, Liên minh châu Âu đã đặt ra mức dư lượng tối đa đối với

Hình 2: Các nhà cung cấp trái dừa chủ yếu tại châu Âu



Nguồn: Zainol và cộng sự, 2023

thuốc trừ sâu và các chất gây ô nhiễm khác, chẳng hạn như kim loại nặng, trong và trên các sản phẩm thực phẩm. Các sản phẩm vượt quá mức dư lượng tối đa sẽ bị rút khỏi thị trường. Trái dừa được bảo vệ tương đối tốt bởi lớp vỏ của chính nó nên ít bị sâu bệnh hơn. Tuy nhiên, việc phun quá nhiều lá và tiêm vào thân nhằm mục đích bảo vệ cây có thể dẫn đến hóa chất kết thúc trong nước dừa. Dừa non thường được tẩy trắng hoặc xử lý bằng chất chống oxy hóa. Một số quốc gia thành viên Liên minh châu Âu, chẳng hạn như Vương quốc Anh, Đức, Hà Lan và Áo, sử dụng mức dư lượng tối đa thậm chí còn thấp hơn mức tồn dư tối đa theo quy định của pháp luật châu Âu.

3.2. Tiêu chuẩn chất lượng

Không có tiêu chuẩn tiếp thị chính thức cho dừa tươi, tuy nhiên vẫn phải tuân thủ các tiêu chuẩn cơ bản giống như bất kỳ loại trái cây tươi nào khác. Dừa tươi phải đáp ứng tiêu chuẩn nguyên vẹn và hoàn hảo; sạch sẽ, cụ thể không có sâu bệnh; không bị thiệt hại do sâu bệnh; không có độ ẩm bên ngoài bất thường; không có mùi và hương vị lạ; có khả năng chịu vận chuyển và xếp

dỡ; dừa trưởng thành, vỏ bên trong thường được xem xét là nâu, đồng đều và không có sợi quá mức, không có vết nứt, sâu bệnh hoặc nấm, không có mắt trùng hoặc ẩm ướt.

3.3. Bảo quản và xử lý

Dừa cạo rất dễ bị nứt vỏ, giảm trọng lượng, hạn sử dụng. Dừa non thường được giữ ở nhiệt độ 3°C đến 6°C. Nhiệt độ cao hơn sẽ làm giảm thời hạn sử dụng đáng kể. Duy trì độ ẩm khoảng 80% đối với dừa trưởng thành và 90% đối với dừa non để ngăn ngừa sự giảm trọng lượng và bay hơi. Đảm bảo áp dụng đủ thông gió để ngăn ngừa nấm mốc. Dừa non có vỏ bên trong mềm hơn và cần chú ý hơn ở khâu đóng gói và làm lạnh để đảm bảo thời hạn sử dụng. Dừa trưởng thành cũng có sự khác biệt về độ bền của vỏ.

3.4. Kích thước và bao bì

Dừa trưởng thành thường được đóng gói trong bao đay hoặc bao tải, chủ yếu có 40 hoặc 50 trái cho mỗi bao 25kg. Dừa trưởng thành khác đôi khi được đóng gói trong hộp các tông mở hoặc đóng từ 8 đến 20 trái. Đối với dừa non, để cả quả, tía hoặc đánh bóng. Dừa tía là loại dừa phổ biến nhất ở châu Âu.

Theo Tiêu chuẩn Asean đối với dừa non, kích thước được xác định bằng trọng lượng của trái. Đa số dừa non được đóng gói bằng thùng carton.

4. Giải pháp thúc đẩy xuất khẩu trái dừa sang thị trường châu Âu

4.1. Kiến nghị đối với Chính phủ

Sự xuất hiện của những sản phẩm dừa trái dễ mở như dừa nắp khoen Cocosmile, Cocolala, Viconut, Cocogo đã nâng cao giá trị khi xuất khẩu trái dừa tươi sang thị trường châu Âu. Tuy nhiên, thương hiệu dừa dễ mở của Việt Nam vẫn chưa hiệu quả khi xuất khẩu sang châu Âu, một phần do nguồn cung dừa của các cơ sở doanh nghiệp vẫn chưa liên kết chặt chẽ và chưa đầu tư hiệu quả vào nghiên cứu thị trường xuất khẩu. Do đó, cần có giải pháp liên kết các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu dừa tạo ra giá trị gia tăng cho Việt Nam.

Tích cực phổ biến và cung cấp thông tin cho doanh nghiệp và nông dân. Thông tin và kiến thức là điều cần thiết không chỉ với doanh nghiệp Việt Nam mà còn đóng góp vai trò quan trọng trong việc nâng cao giá trị cho trái dừa khi xuất khẩu sang châu Âu.

Khi Hiệp định EVFTA được ký, các doanh nghiệp và nông dân Việt Nam có cơ hội cạnh tranh trong thị trường châu Âu. Tuy nhiên, các quy định về quy cách, chất lượng an toàn thực phẩm của

châu Âu rất nghiêm và chặt chẽ, rất nhiều giấy phép cần sự phối hợp của các cơ quan quản lý. Vì vậy, cần kiểm soát nghiêm túc và chắc chắn các kiểm dịch an toàn sản phẩm. Việc này sẽ giúp các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam hoàn tất thủ tục xuất khẩu sang châu Âu một cách tối giản và nhanh chóng nhất.

4.2. Giải pháp cho doanh nghiệp

Thị trường châu Âu đang nhập khẩu trái dừa của Việt Nam, đặc biệt là dừa tươi, dừa xiêm vì chi phí bình ổn, sản phẩm cho ra vị nước dừa ngọt, hương rất thơm, đạt tiêu chuẩn khi xuất khẩu sang thị trường châu Âu. Tuy nhiên, Việt Nam có đa dạng giống dừa như dừa dứa, dừa xiêm đỏ, dừa lai,... những giống dừa này có hương thơm rất đặc trưng với vị ngọt tự nhiên từ trong quả dừa, có thể đáp ứng nhu cầu của thị trường châu Âu.

Quảng bá thương hiệu là một khâu quan trọng khi đưa sản phẩm trái dừa đến tay người tiêu dùng châu Âu. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa quan tâm đầu tư xây dựng hình ảnh và quả bá thương hiệu. Việc gây dựng thương hiệu cho sản phẩm không chỉ dừng lại ở khâu đưa sản phẩm tới tay người tiêu dùng mà phải cho người tiêu dùng và khách hàng tin tưởng vào chất lượng và uy tín của mẫu mã sản phẩm ngay từ khâu bán hàng, chăm sóc khách hàng và ưu đãi ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Da P. X., Phi P. P., & Chuong L. Van (2022). Giá trị và tiềm năng của dầu dừa Việt Nam. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, 9, 61-63.
2. Dinh N. Van, Sen C. T., & Lua N. T. (2019). Giải pháp phát triển các sản phẩm từ dừa tại Bến Tre. Tạp chí Khoa học và Kinh tế Phát triển, 2, 45-58.
3. Boukid F., Lamri M., Dar B. N., Garron M., & Castellari M. (2021). Vegan alternatives to processed cheese and yogurt launched in the european market during 2020: A nutritional challenge?. Foods, 10(11), 1-11. <https://doi.org/10.3390/foods10112782>.
4. Then K. H. (2018). the Current Scenario and Development of the Coconut Industry. The Planter, 94(1108). <https://doi.org/10.56333/tp.2018.010>
5. Zainol F. A., Arumugam N., Daud W. N. W., Suhaimi N. A. M., Ishola B. D., Ishak A. Z., & Afthanorhan A. (2023). Coconut Value Chain Analysis: A Systematic Review. Agriculture, 13(7), 1379. <https://doi.org/10.3390/agriculture13071379>.

Ngày nhận bài: 7/4/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/4/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/5/2024

Thông tin tác giả:

TS. NHAN CẨM TRÍ

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh

SOLUTIONS FOR PROMOTING VIETNAM'S COCONUT EXPORT TO THE EUROPEAN MARKET

● **PhD. NHAN CAM TRI**

Ho Chi Minh City University of Economics and Finance

ABSTRACT:

This paper analyzed coconut consumption in the European market and the standards for exporting coconuts to this market. Based on the paper's findings, some recommendations and solutions were proposed to improve the export value of Vietnamese coconuts to the European market after the EVFTA agreement was signed. The paper's results showed that Europe is a potential market for countries with strengths in coconut products. The countries that are exporting the most to the European market are Ivory Coast and Thailand. Vietnam has become a bright spot in Europe's coconut import market in recent years.

Keywords: coconut, the EVFTA, fruit, import and export, European market.